

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha dibidang perhotelan sangat menjanjikan, sehingga banyak para pengusaha yang membuka usaha jasa hotel. Usaha perhotelan yang bergerak dibidang akomodasi penginapan ini juga sama dengan industri lainnya. Sudah semakin berkembang dan semakin banyak bangunan perhotelan disetiap tempat. Baik di kota besar maupun di kota kecil. Sudah sejak lama usaha perhotelan dianggap sebagai suatu usaha yang menguntungkan dan juga selalu mengalami perkembangan.

Sektor pariwisata sekarang ini telah menjadi kegiatan usaha atau industri yang cukup maju di dunia. Indonesia memiliki potensi wisata yang sangat besar sehingga peluang bisnis dalam penginapan juga semakin besar. Hotel sangat dibutuhkan oleh para wisatawan yang sedang berkunjung ke suatu kota, dan mereka yang membangun hotel tersebut memberikan kenyamanan pada masyarakat yang menginap agar mereka bisa tidur dengan nyaman melebihi pada saat tidur di kamar sendiri.

Kepuasan Konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Apabila kepuasan konsumen terpenuhi akan memicu untuk kembali berkunjung dan diharapkan akan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang baru. Menurut Kotler dan Amstrong (2001), kepuasan pelanggan tergantung pada pekerjaan kinerja produk dalam memberikan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja

melebihi harapan maka pembeli lebih senang. Boone dan Kurtz (2007) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai hasil dari barang atau jasa yang memenuhi atau melebihi kebutuhan dan harapan kembali. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang optimal maka konsumen akan merasa diperhatikan dan dihargai.

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam pemasaran modern. Setiap perusahaan yang ingin tetap eksis dipasar harus mampu memberikan jaminan kepuasan pelanggan, bahkan sekarang ini banyak perusahaan yang berusaha memberikan kepuasan yang tinggi, karna kepuasan pelanggan yang tinggi akan memperkuat ikatan pelanggan dengan perusahaan Utari (2004). Menurut Tjibtono (2007) Retensi pelanggan sangat krusial bagi setiap perusahaan, karena berdampak positif terhadap peningkatan produktivitas dan pertumbuhan pendapatan. Salah satu aspek kunci yang *relevan* dengan upaya meningkatkan retensi pelanggan adalah kemampuan penyedia jasa dalam memahami biaya beralih pemasok jasa, yang meliputi *procedural, financial dan relational switching cost*. Selain itu, penyedia jasa juga harus berusaha menekan defeksi pelanggan melalui berbagai usaha, di antaranya partisipasi aktif manajemen puncak, pelatihan, sistem insentif yang dikaitkan dengan tingkat defeksi pelanggan, dan penciptaan *switching barriers*.

Menurut Thorik G. dan Utus H (2006), pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya pun akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkuat posisi dalam *mind share* konsumen. Dengan

adanya *heart share* dan *mind share* yang tertanam, loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan diragukan. Konsumen akan memberikan umpan balik positif berupa loyalitas, loyalitas terbentuk apabila fasilitas yang baik dan memadai serta kepuasan yang diterima melalui tingkat pelayanan yang diterima (Arifin, 2011).

Pelayanan merupakan faktor yang sangat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian, dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan. Pengertian kualitas pelayanan menurut Supranto (2006 : 226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan definisi pelayanan menurut Gronroos dalam Ratminto (2005 : 2) adalah suatu aktivitas atau seluruh rangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen pelanggan.

Hotel Syariah Solo adalah salah satu hotel yang berdiri di Karanganyar. Berdiri sejak 17 Januari 2013 tepatnya di sebelah barat Lorin Solo Hotel. Pendiri Hotel Syariah Solo ini yaitu Hutomo Mandala Putra atau akrab disapa Tommy Soeharto, putra bungsu mantan Presiden Soeharto. Lokasi yang cukup strategis

yaitu perbatasan antara Solo, Karanganyar, Sukoharjo dan jaraknya yang cukup dekat dengan Bandara Internasional Adi Sumarmo akan memudahkan para wisatawan domestik maupun manca negara yang berkunjung ke Solo dan akan menggunakan jasa Hotel Syariah Solo. (Sunaryo, 2014, Merdeka.com)

Munculnya hotel syariah telah menjadi tren baru akomodasi bisnis di beberapa daerah, termasuk Solo dan seluruh kota besar berbasis industri dan pariwisata. Keberadaan hotel syariah menjadi solusi menanggulangi pemahaman masyarakat tentang keberadaan hotel sering digunakan sebagai hal-hal negatif dan menyimpang dari nilai-nilai syariah. Hotel Syariah Solo mempunyai prinsip berorientasi untuk kemaslahatan umat, menghindari maksiat, pornografi, minuman keras dan narkoba. Selain itu juga menjaga perilaku, etika dan menghindari perilaku hewani dan asusila tamu yang menginap di hotel. (Irfanady , 2014, www.Indoplace.com)

Pada dasarnya semua hotel sama tetapi untuk hotel syariah sendiri memiliki cara penyajian dan layanan yang dibatasi. Makanan, minuman, dan restoran harus bersertifikat halal. Bahkan ada seleksi tamu dalam pelayanan hotel syariah ini. Artinya tidak semua tamu bisa diterima untuk menginap di hotel syariah, misalkan pasangan laki-laki dan perempuan yang bukan muhrim tidak dibolehkan untuk menginap. Kelebihan hotel syariah yaitu selalu mengumandangkan azan 5 waktu, tersedia qur'an dan sajadah dalam kamar. (Irfanady , 2014, www.Indoplace.com)

Fenomena kebijakan pemerintah pada surat edaran MENPAN RB Nomer: B/11/10/M.PAN/RB/01/2015 berisikan surat perintah Presiden Joko Widodo yang menginstruksikan seluruh instansi dan institusi pemerintahan untuk menyelenggarakan seluruh kegiatan pertemuan dilingkungan pemerintahann

masing-masing. Sebagai aktualisasi gerakan penghematan nasional dan gerakan hidup sederhana adalah pembatasan kegiatan pertemuan diluar kantor merupakan implementasi dari gerakan revolusi mental birokrasi yang intinya larangan menggelar rapat atau disebut MICE (*Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition*) di hotel bagi pemerintah dan lembaga negara tetapi kebijakan ini memberikan sisi negatif yakni berpengaruh secara luas pada sektor pendapatan industry jasa perhotelan yang akan berkurang signifikan.

Hasil penelitian sebelumnya menemukan bahwa kualitas pelayanan, harga dan fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebagai contoh hasil penelitian yang dilakukan Arifin (2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan, fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang berpengaruh paling kuat adalah fasilitas. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Haryanto (2011). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas layanan, fasilitas dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan. Kualitas pelayanan, Fasilitas, dan Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa layanan pada kantor Samsat Manado. Dari hasil penelitian dilakukan oleh Malik, *et al* (2012). Hasil penelitian disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian oleh Sulistiyana dkk (2015). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Fasilitas Hotel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Variabel Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan,**

Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Syariah Solo“.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan beberapa hal yang telah dijelaskan dalam latar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas, Harga, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Syariah Solo dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo ?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo ?
3. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo ?
4. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo. Sehingga sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan dapat diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo.

3. Untuk menganalisis adanya pengaruh fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Syariah Solo.
4. Untuk menganalisis variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademik
 - a) Dapat digunakan sebagai tambahan informasi mengenai kepuasan konsumen.
 - b) Diharapkan dapat memberikan gambaran yang nyata dan jelas dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran
2. Manfaat praktis
 - a) Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh perusahaan dalam meningkatkan pelayanan kepada konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan pemasaran dan pengembangan usaha.
 - b) Memberikan gambaran mengenai kepuasan yang dapat diperoleh konsumen dan berbagai hal yang termasuk di dalamnya berkaitan dengan upaya memaksimalkan kepuasan dalam penggunaan dan pembelian produk jasa suatu perusahaan.
 - c) Untuk menerapkan teori-teori yang pernah diperoleh di bangku kuliah pada kondisi yang ada di perusahaan dan untuk menambah serta memperluas pandangan terutama menyangkut masalah kualitas pelayanan, harga, dan

fasilitas terhadap kepuasan konsumen yang berkaitan erat dengan manajemen pemasaran.

E.Sistematika Penulisan Skripsi

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini berisi uraian mengenai landasan teori yang melandasi penelitian, kerangka pemikiran, penelitian terdahulu, dan hipotesis.

3. Bab III Metode Penelitian

Dalam bab ini berisi mengenai jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metode pengumpulan data, desain pengambilan sampel, serta metode analisis data yang digunakan.

4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini berisi tentang karakteristik responden, deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

5. Bab V Penutup

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.